

**ВОЗМОЖНОСТИ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ РАБОТЕ  
КОНТЕНТ-МЕНЕДЖЕРА ИНОЯЗЫЧНОГО САЙТА УЧРЕЖДЕНИЯ  
(на примере официального сайта ЮГУ)**

**О.А. Стечкина,**

Югорский государственный университет (г. Ханты-Мансийск),  
редактор английской версии официального сайта ЮГУ  
E-mail: o\_stechkina@ugrasu.ru, olga.stechkina@gmail.com

**Аннотация:** статья рассказывает о возможностях обучения студентов-журналистов работе контент-менеджера и редактора сайта на иностранном языке. Автор описывает опыт разработки и ведения спецкурса для будущих журналистов, апробацию его со студентами 3 и 4 годов обучения в Югорском государственном университете в 2014-2015 учебном году. Статья содержит план и описание курса, возможности модификации его для решения разных практических и учебных задач, а также адаптации для различных компаний и учреждений.

**Ключевые слова:** контент-менеджер, наполнение сайта, инструменты работы редактора сайта.

**Summary:** the article is devoted to the possibilities of teaching an editor and a content manager of a website in a second language to student journalists. The author has described her experience of developing, piloting and conducting the 40-hour course to the 3<sup>rd</sup> and 4<sup>th</sup> year students in 2014/15 academic year. The course was piloted in Yugra state university. The article contains the plan and description of the course, the possibilities of modifying it for practical and study purposes, and adapting it for different companies and institutions.

**Keywords:** content manager, filling in the website, the instruments of a website editor's work.

Все больше компаний нуждаются в представленности в Сети. Сайт компании – во многом ее лицо, показатель внимания к потребителю, посетителю. По актуальности и релевантности информации на сайте, обновлениям, свежести новостей можно судить о «рыночном здоровье» компании, ее способности рассказать о себе. Профессия контент-менеджера и редактора сайта широко востребована на сегодняшнем рынке труда, и многие студенты-журналисты смогут, при надлежащей подготовке, ее избрать. Особое внимание сейчас стоит уделять версии сайта на иностранном языке как проводнику компании на международный рынок продуктов и услуг. Не являются исключением и сайты учебных заведений на английском языке. Примером работы редактора, контент-менеджера послужит англоязычный сайт Югорского государственного университета «[www.en.ugrasu.ru](http://www.en.ugrasu.ru)».

Описанный в статье курс может организовать редактор веб-портала учебного заведения и предложить его не только будущим журналистам. Как студен-

ты-переводчики, так и студенты-журналисты могут столкнуться с необходимостью поддерживать сайт своей компании-работодателя либо создать материал на английском языке, используя различные инструменты перевода и визуализации. Студентам языковых специальностей будет, с одной стороны, поси́льно, с другой – полезно ознакомиться с принципами и инструментами работы контент-менеджера, чтобы соответствовать запросам современного рынка.

Целью курса мы поставили повышение востребованности студентов-журналистов и лингвистов на рынке труда за счет освоения функций редактора англоязычной версии сайта.

Для достижения поставленной цели курс решает следующие задачи:

- осознание студентами значимости иноязычной версии сайта, ее отличий от версии на русском языке,
- усвоение сферы ответственности контент-менеджера, редактора сайта на иностранном языке,
- овладение инструментами работы редактора (для перевода и визуализации);
- применение студентами навыков на практике в ходе выполнения проектной работы;
- повышение мотивации к профессии через *sence of achievement* (после размещения материалов на настоящих страницах ЮГУ, осознания пользы от своей работы).

Предложенный курс имеет возможности варьирования в зависимости от многих факторов (языковой подготовки слушателей, количества выделенных часов, увеличения практической направленности и т.д.). Во-первых, курс может быть проведен на английском и русском языках. В случае апробации данного курса в ЮГУ был выбран английский язык, поскольку подготовка слушателей это позволяла, и в таком варианте курс был дополнительной языковой практикой. Однако для университетских групп с невысоким уровнем владения иностранным языком, а также для внешних групп (например, для сторонней компании, заказавшей курс для сотрудников) он может быть проведен на русском. Во-вторых, курс может содержать следующие организационные типы занятий:

- аудиторные занятия (практические, проводятся как мастерские);
- дистанционные (с помощью платформы Mirapolis, имеющейся в наличии в ЮГУ, либо Adobe Connect);
- комбинированный курс (как аудиторные, так и дистанционные занятия).

В-третьих, этот практический курс может рассматриваться как блок внутри крупных курсов или как отдельный спецкурс. По согласованию с администрацией университета проектную работу, выполняемую студентами для получения зачета, можно учитывать как прохождение ознакомительной практики.

Помимо уже упомянутых положительных сторон курса, нужно принимать во внимание возможность продажи такой образовательной услуги вовне. ХМАО-Югра – богатый регион-донор, привлекающий иностранных инвесторов и принимающий многие международные события: как спортивные, так и связанные с ведущими направлениями индустрии региона (добыча, переработка

нефти и газа). Однако представленность предприятий региона версиями сайтов на иностранном языке оставляет желать лучшего.

*Основное требование* для прохождения курса на английском языке – входной уровень языка не ниже Intermediate, в идеале – Upper-Intermediate (B2-C1 по CEF [1]). Тестирование может провести редактор сайта самостоятельно либо привлечь коллег с кафедр иностранных языков. В нашем случае редактор сайта являлся одновременно преподавателем, ведущим у студентов-журналистов английский язык. Этот опыт описан в статьях предыдущих лет [2]. При этом курс «Английский для журналистов», предложенный студентам в ЮГУ, можно рассматривать как одно целое с данным спецкурсом.

Принимая во внимание специфику курса, наиболее эффективным он окажется для студентов специальностей «Лингвистика и межкультурная коммуникация» и «Журналистика» (при соответствующем уровне английского). Реалии языковой компетенции таковы, что курс предполагает и совместную работу в парах «лингвист-переводчик плюс журналист». Оптимальное время проведения – 3 учебный год, 6 семестр. Количество слушателей курса может варьироваться от 10 до 16, идеальное число – 12, так как это предполагает эффективную работу в группах 3 по 4 человека, 2 по 6 человек, а также в парах и индивидуально.

Следующая группа требований описывает *обустройство аудитории* и специфику поведения занятий. Лектор должен быть обеспечен следующими предметами в аудитории:

- проектор и экран, лазерная указка и пульт;
- ноутбук;
- высокоскоростной Интернет;
- белая доска и маркеры.

У студентов предполагается наличие:

- индивидуальных (либо 1 на 2 человека) компьютеров;
- высокоскоростного Интернета;
- инструментов для ведения заметок.

Впрочем, сейчас, когда большинство студентов располагают ноутбуками, нетбуками или планшетами, надобность в стационарных компьютерах отпадает при условии, что Интернет-соединение достаточно сильно.

Курс ведется при поддержке службы информатизации, от которой потребуются создание страниц для заполнения их студентами во время выполнения практических заданий.

В следующей таблице представлен план спецкурса из расчета 40 аудиторных часов, включающих и презентацию материала преподавателем, и выполнение студентами практических заданий.

Тема	Кол-во часов	Содержание занятия	Практические задания
Особенности иноязычной	4	- Зачем компании нужен сайт на другом языке?	- найти на сайте ун-та страницы,

версии сайта		<ul style="list-style-type: none"> <li>- варианты решения задачи по созданию сайта на АЯ (примеры редактора-ведущего), что удачнее, почему;</li> <li>- все ли нужно переводить?</li> <li>- потребности компании;</li> <li>- потребности пользователей;</li> <li>- как определять и учитывать ЦА;</li> <li>- вы – не носитель языка (поэтому коммуникация со службами и клиентами на работе будет на родном языке);</li> <li>- ведение соцсети на АЯ: нужно ли, и в каком случае.</li> </ul>	<p>требующие представления на АЯ, почему</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- найти компанию в ХМАО без сайта на АЯ</li> <li>- показать любимый сайт с АЯ версией, почему</li> </ul>
Составление проекта сайта, взаимодействие с другими службами	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- с какими службами придется сотрудничать? Сложности написания ТЗ для смежных служб (пресс-служба, IT, дизайнеры);</li> <li>- разделение обязанностей (на моем примере);</li> <li>- проекты сайта, схема, внесение изменений;</li> <li>- дерево;</li> </ul> <p>(лектор обращает внимание студентов на то, что и он / она взаимодействует с IT в процессе ведения курса, например, при создании страниц для заполнения).</p>	Проект части сайта для ЮГУ (например, для одного из филиалов)
<p>1. Работа контент-менеджера с 1С-Битрикс</p> <p>2. Инструменты перевода</p>	4	<p>(возможно - совместно с представителем управления информатизации)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- заполнение страниц, работа в режиме редактирования;</li> <li>- онлайн-переводчики и словари;</li> <li>- онлайн-словари;</li> <li>- как проверить правильность перевода.</li> </ul>	Перевести отрывок текста и вставить на соотв. страницу сайта ЮГУ (например, филиала)
Фото	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- фотобанки (примеры);</li> <li>- размещение фото на странице.</li> </ul>	проиллюстрировать ранее написанный материал фотографией
Видео	4	- видеоредакторы в компьютере	проиллюстриро-

		(iMovie, Windows Movie Maker) - видеоредакторы онлайн	вать ранее написанный материал видео или слайдшоу
Карты	2	- зачем; - примеры карт со статичной информацией и маршрутами («Google maps», «Яндекс.Карты», «ГеоРитм» и т.д.); - размещение карты на странице.	проиллюстрировать материал картой, разместить на странице
Схемы и плакаты	4	- зачем нужны, примеры использования (пример редактора-ведущего) на сайте ЮГУ, вопрос к студентам – на каких еще страницах могут быть использованы; - примеры онлайн-инструментов (Piktochart <a href="https://magic.piktochart.com/">https://magic.piktochart.com/</a> , Thinglink <a href="http://www.thinglink.com/">http://www.thinglink.com/</a> )	проиллюстрировать материал схемой, разместить
Презентации	4	- зачем (общее обсуждение); - примеры ПО в компьютере («Power Point»); - примеры онлайн: SlideShare <a href="http://www.slideshare.net/">www.slideshare.net/</a> ; Prezi, <a href="http://www.prezi.com">www.prezi.com</a> ; презентации в Google Docs; emaze <a href="http://www.emaze.com/">http://www.emaze.com/</a> .	проиллюстрировать материал презентацией, разместить
Онлайн-лекции	2	- зачем (вопрос к аудитории) - инструменты, модули (Adobe Connect, Mirapolis) (лектор проводит занятие дистанционно либо в аудиторном занятии есть включение с онлайн-лекцией)	Найти инструменты, которые могут пригодиться, не упомянутые лектором (в группах по 4 человека)
Аудитория	2	Инструменты замера активности аудитории	
Свободное занятие	4	Студенты презентуют самостоятельно найденные инструменты, которые могут быть полезны для редактора	(к следующему занятию - подготовка и презентация группы страниц)

Зачет в форме презентации проектных работ	4	Студенты презентуют группу связанных страниц (возможно - частей сайта ЮГУ про филиалы). Требования к страницам: - текст; - презентация; - карта; либо: - текст; - видео / слайдшоу; - схема / плакат.	
Итого	40		

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Common European Framework of Reference for Languages. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1_en.asp) (режим доступа – свободный).

2. *Стечкина О.А.* Английский для будущих журналистов в Югорском государственном университете. Возможности, проблемы, перспективы развития курса // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Материалы Десятой Международной научно-практической конференции 17-19 октября 2013 г. / Под ред. Р.П. Баканова. Казань: Казанск. ун-т, 2013. С. 351-354.

### **СОВЕТСКИЕ МУЛЬТФИЛЬМЫ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ 1940-х гг. НА ТЕМУ «ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ»: ОПЫТ ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

**А.В. Федоров,**

Таганрогский государственный педагогический институт им. А.П. Чехова,  
проректор по научной работе,  
президент Ассоциации медиапедагогики России  
E-mail: [mediashkola@rambler.ru](mailto:mediashkola@rambler.ru)

**Аннотация:** эпоха «холодной войны», породившая взаимную идеологическую конфронтацию коммунистических и капиталистических государств, охватывала все категории медиатекстов, включая мультипликационные / анимационные. Мультфильмы использовались властью как рычаги донесения необходимых конфронтационных идей в привлекательной фольклорной, сказочной упаковке, дабы воздействовать не только взрослую, но и на детскую аудиторию.